

Lansia menjadi salah satu obyek dakwah yang perlu ditangani karena dalam masa-masa ini lansia menghadapi berbagai problema hidup yakni penurunan psikis dan fisik. Diane dalam bukunya *Human Development* menyatakan bahwa pada usia ini kecemasan akan penurunan fisik dan yang lainnya telah menjadi tema utama dalam deskripsi psikologis. Kemampuan fisik hingga aktivitas menurun dan sering mengalami gangguan kesehatan, yang menyebabkan mereka kehilangan semangat, ini juga berimbas pada perasaan mereka tidak berharga atau kurang dihargai.⁴ Menurut pandangan Islam, dalam tahapan umur tua akan tampak tanda-tanda kelemahan seseorang. Kekuatannya mulai menurun sedikit demi sedikit dari puncaknya, lalu menjadi semakin lemah sesudah masa kuatnya dahulu. Tahapan umur ini oleh Rasulullah SAW dinamakan masa pergulatan dengan maut yaitu masa-masa umur 60 tahunan hingga umur 70 tahunan.⁵ Shakespeare membuat 132 acuan tentang perubahan fisik dan perilaku yang menyertai usia lanjut (150), dia menggambarkan masa udzur sebagai berikut: babak terakhir dari segalanya, yang mengakhiri sejarah peristiwa aneh ini, adalah masa kekanak-kanakan tahap kedua, dan semata-mata kepikunan, kehilangan gigi, kehilangan penglihatan,

⁵ Hasanain M. Makhluif, *Renungan Tentang Umur Manusia* (Bandung: Mizan, 1992), 66.

Dalam menghadapi masa-masa tua, sebagian lansia masih memandang usia tua dengan sikap yang menunjukkan keputusasaan, pasif, lemah, dan tergantung dengan sanak saudara. Lansia tersebut kurang berusaha untuk mengembangkan diri sehingga lansia semakin cepat mengalami kemunduran baik jasmani maupun mental. Ditambah pula pandangan masyarakat umum yang menganggap bahwa lansia itu hanya bisa berada dalam rumah, menghabiskan hari-harinya dengan bersantai, tidak melakukan kegiatan produktif apapun, yang akhirnya membuat lansia merasa bosan dan menghabiskan masa tuanya tanpa kebahagiaan. Sanak keluarganya merasa kasihan jika orang tuanya yang sudah sepuh melakukan kegiatan yang dirasa berat, maka mereka menyuruh orang tuanya di rumah saja. Hal ini sesuai dengan analisa Zahrotun Nihayah dalam bukunya, masyarakat sering tidak melihat potensi tersebut, sehingga kurang ada usaha di lingkungan masyarakat untuk mempersiapkan orang-orang lansia ini terhadap kerawanan-kerawanan kelak. Misalnya saja kurang dipersiapkan terhadap kecelakaan-kecelakaan (yang umum terjadi pada mereka) atau bagaimana menghindarinya, kurang dibantu dalam menggunakan waktu luangnya sesuai dengan kesehatan dan energinya

⁷ Andhie Surya Mustari, dkk., *STATISTIK PENDUDUK LANJUT USIA 2014 Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2015), 50.

Penanganan bagi lansia akan lebih baik jika dibantu secara profesional agar lebih mampu menciptakan pemecahan yang solutif. Lansia sendiri sudah mengalami masa kemunduran sehingga akan sulit untuk membuat inovasi secara mandiri untuk memecahkan masalahnya. Contoh terbaik yang bisa dilihat di Tiongkok, Hong Kong, Jepang, Korea dan Taiwan. Di sana tersedia fasilitas untuk lansia di tempat umum (taman, kartu gratis naik kereta atau bus umum), fasilitas kesehatan dan komunitas masyarakat yang sudah bergerak untuk memberikan kepedulian khusus terhadap lansia.⁹ Fasilitas yang diperlukan lansia tentunya tidak bisa disamakan dengan orang pada umumnya. Selain itu, lansia juga perlu disibukkan pada kegiatan yang bermanfaat seperti kursus, senam, games, dan lain-lain. “*The Hong Kong Society for the Aged: The Computer Learning Center for the Elderly at the Active Aging Center*” sebagai lembaga pendidikan komputer tersebut khusus untuk orang lansia. Tujuan mereka adalah agar lansia melek teknologi, internet, pengoprasian *smart phone*. Lansia juga menerima pelajaran untuk terus membangkitkan memori mereka agar jauh dari penyakit pikun melalui game di komputer.¹⁰ Pemerintah di Yunnan, Cina menyediakan fasilitas kepada lansia seperti senam sehat bersama, *general check up* secara rutin dimana pemeriksaan kesehatan adalah lansia yang bersedia menjadi sukarelawan, kelas MC (*Master of*

¹⁰ Ibid., 46.

Angka harapan hidup (*life expectancy*) Indonesia telah meningkat secara nyata. Hasil Sensus Penduduk (SP) 2010 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia memiliki harapan untuk hidup hingga mencapai usia 70,7 tahun. Hal tersebut jauh lebih baik dari angka harapan hidup tiga atau empat dekade sebelumnya, yaitu di bawah 60 tahun. Meningkatnya angka harapan hidup telah menambah jumlah penduduk lanjut usia (lansia) dan merubah struktur penduduk Indonesia.¹³ Jika jumlah lansia semakin tinggi tentu ini sebagai alarm bahwa perlu adanya penanganan yang serius. Mengingat jika tidak ditangani secara serius maka akan berdampak adanya beban negara dan keluarga.

¹³ Ibid., 3.

Di tengah pergulatan masalah mengenai lansia dan semakin banyaknya jumlah lansia, ada itikad dan usaha yang cukup inspiratif di Kecamatan Bulak dalam Paguyuban Qoryah Thoyyibah. Paguyuban ini dikoordinir oleh Ibu Tri yang dinaungi oleh Cabang Aisyiyah Bulak, salah satu organisasi otonom Muhammadiyah. Paguyuban ini adalah komunitas ibu-ibu istri nelayan yang berlokasi di pesisir pantai Kenjeran yang ingin berpartisipasi dalam pembangunan. Latar belakang dari paguyuban di area pantai Kenjeran ini adalah sekitar 80% warga bermata pencaharian sebagai nelayan sehingga pada saat musim melaut daerah Bulak menjadi sepi, ibu-ibu hanya mengolah hasil laut dan masih banyak waktu luang yang kurang produktif. Mereka juga termasuk kelompok yang awam tentang kesehatan sehingga rawan terjangkit penyakit, secara psikologis juga merasa kesepian karena mereka kadang ditinggal keluarganya kerja, ada yang hidup sendiri, dll. Kegiatan rutin yang dilakukan ada yang setiap minggu, setiap bulan, dan ada yang tahunan. Setiap minggu, kegiatannya adalah melakukan pengajian yang berisi nilai-nilai Muhammadiyah, tanya jawab kesehatan, senam pagi, melatih skill dalam membuat karya-karya kecil yang bermanfaat untuk rumah tangga, seperti menjahit, membuat kerajinan daur ulang, dan lain-lain. Setiap bulan ada cek kesehatan, penimbangan gratis, dan lain-lain yang mendatangkan ahli klinis dari Universitas Muhammadiyah. Setahun dua kali mengadakan kegiatan bakti sosial pengobatan gratis dan pembagian sembako. Perkembangannya selama ini dinilai cukup progresif karena mampu memertahankan sekitar 40-50 lansia di setiap minggunya. Jika ada acara besar seperti kegiatan bakti sosial maka yang menghadiri ada sekitar 100 lansia lebih. Ibu Tri yang memulai menggerakkan lansia

Kecamatan Bulak pada tahun 1970-an sangat gubuk, masyarakatnya tidak fanatik pada golongan tertentu, damai, gotong royong hingga akhirnya datanglah pendakwah dari organisasi NU dan Muhammadiyah yang mengubah kondisi itu. Mulailah muncul benih konflik, bahkan jika menikah dengan orang yang berbeda aliran maka dianggap sama seperti menikah dengan warga non-muslim. Semenjak adanya pemikiran Gusdur yang menekankan semangat pluralitas dan toleransi, maka antar golongan ini tidak kembali berkonflik.¹⁴ Keduanya tetap berfastabiqul khairat untuk mendakwahkan nilai-nilainya dengan sportif demi memberdayakan umat. Muhammadiyah cukup diterima di Kecamatan Bulak karena mampu menarik jamaah dari 6 RT dari 8 RT di Kelurahan ini. Warga dari kalangan anak muda, ibu-ibu, hingga lansia mengamalkan prinsip-prinsip Muhammadiyah. Paguyuban Qoryah Thayyibah ini merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh Cabang Aisyiyah Bulak agar nilai-nilainya tetap diterima. Pendekatan dakwahnya unik karena tidak menggabungkan semua ibu-ibu dari segala umur menjadi satu, namun membedakan grup lansia tersendiri. Pembentukan grup ini disesuaikan dengan kebutuhan lansia yang memang berbeda dengan kebutuhan wanita di usia lainnya.

¹⁴ Tri Eko Sulistiowati, *Wawancara*, Surabaya, 22 Desember 2016.

ng menyukai merek tertentu.¹⁵ Komunitas Paguyuban sama-sama merasakan produk yang diberikan oleh produsen. Melalui kegiatan hingga meninggalkan kegiatannya di rumah, aktif ikut kegiatan, berdialog tentang bagaimana kehidupan mereka. Kebanggaan mereka pada paguyubannya juga terlihat. Tak heran jika teman-teman lansia yang ada di kampungnya ikut. Alasan kalau ikut Paguyuban bisa senang juga. Bahkan *psy war* jika ada paguyuban lansia dari daerah lain. Mereka menyatakan kalau lansianya lebih bahagia. Riz juga mengungkapkan adanya 3 elemen penting dalam kesadaran bersama (*Consciousness of Kindness*): Kesadaran Bersama (*Consciousness of Kindness*).

ng menyukai merek tertentu.¹⁵ Komunitas Paguyuban sama-sama merasakan produk yang diberikan oleh produsen. Melalui kegiatan hingga meninggalkan kegiatannya di rumah, aktif ikut kegiatan, berdialog tentang bagaimana kehidupan mereka. Kebanggaan mereka pada paguyubannya juga terlihat. Tak heran jika teman-teman lansia yang ada di kampungnya ikut. Alasan kalau ikut Paguyuban bisa senang juga. Bahkan *psy war* jika ada paguyuban lansia dari daerah lain. Mereka menyatakan kalau lansianya lebih bahagia. Riz juga mengungkapkan adanya 3 elemen penting dalam kesadaran bersama (*Consciousness of Kindness*): Kesadaran Bersama (*Consciousness of Kindness*).

¹⁶ Ibid., 414-432.

Dalam Al-Qur'an juga ditegaskan bahwa pentingnya membentuk kesatuan yang homogen dan didasari atas nilai-nilai agamawi sesuai kehendak Allah. Hal tersebut tercantum di Al-Qur'an surat Al-Mu'minuun ayat 52-54 yakni:

وَإِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُونِ ﴿٥٢﴾ فَتَقَطُّعُوا أَمْرَهُم بَيْنَهُمْ
زُبُرًا كُلُّ حِزْبٍ بِمَا لَدَيْهِمْ فَرِحُونَ ﴿٥٣﴾ فَذَرَهُمْ فِي غَمَرَتِهِمْ حَتَّىٰ حِينٍ ﴿٥٤﴾

¹⁹ Badri Munir S., *Brand Community, Konsep dan Evaluasi* (Surabaya: Airlangga University Press, 2014), 3.

²¹ al-Qur'an, 23: 52-54.

ang-orang yang kemudian menjadi terpecah-pecah dan m
nggakan dirinya sendiri.²² Untuk memperkuat nilai-nilai Islam
g teguh dalam satu ikatan ‘*ummah*. *Brand Community* sebaga
ummah di era kekinian jika tujuannya adalah penguatan nilai
ban Lansia Qoryah Thayyibah tentunya sebagai ‘*ummah*’
g dibangun adalah nilai KeMuhammadiyah dikontekska

Definisi dan Batasan Masalah

Nilai dan Batasan Masalah

berlatang di atas, masalah-masalah yang bis

Lansia Qoryah Thayyibah membentuk *brand*

entukan nilai-nilai dan pengelolaannya

an apa respon stakeholder mengenai pr

ilai pada *Brand Community* Lansia Qory

atasan Pengurus Lansia Qoryah Thayyibah m

kan diketahui apa tujuan, alasan rasional dib

Dengan mengamati realitas di latar belakang

²² Djaka Soetapa, *Ummah Komunitas Religius, Sosial, dan Politik dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1991), 29.

bahwa nilai-nilai yang dibentuk yakni nilai tentang pentingnya usia senja diisi dengan kegiatan yang bermanfaat dan menyenangkan. Tentunya ada suatu proses yang direncanakan dan dilakukan hingga muncul kondisi seperti itu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti merumuskan tiga masalah yakni:

1. Bagaimana *Brand Community Value* yang dikonstruksi pengurus Paguyuban Lanjut Usia (Lansia) Qoryah Thayyibah Cabang Aisyiyah Bulak?
2. Bagaimana proses pengelolaan *Brand Community Value* Paguyuban Lanjut Usia (Lansia) Qoryah Thayyibah Cabang Aisyiyah Bulak?
3. Bagaimana implikasi proses pengelolaan *Brand Community Value* Paguyuban Lanjut Usia (Lansia) Qoryah Thayyibah Cabang Aisyiyah Bulak terhadap stakeholder?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. memahami *Brand Community Value* Paguyuban Lanjut Usia (Lansia)
- Qoryah Thayyibah Cabang Aisyiyah Bulak,

2. memahami proses pengelolaan *Brand Community Value* Paguyuban Lanjut Usia (Lansia) Qoryah Thayyibah Cabang Aisiyiah Bulak,
3. mengetahui implikasi proses pengelolaan *Brand Community Value* Paguyuban Lanjut Usia (Lansia) Qoryah Thayyibah Cabang Aisiyiah Bulak terhadap stakeholder.

E. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi gambaran konkrit yang bisa menginspirasi organisasi dakwah lainnya di Indonesia yang ingin menarik jamaah dengan pemasaran berbasis komunitas. Komunitas tidak hanya ada tapi juga harus dikelola dengan benar agar bisa menjawab masalah yang menjadi latar belakangnya. Setiap komunitas memiliki karakter yang berbeda maka tidak boleh diperlakukan yang sama. Di dunia dakwah juga akan menemui masalah tersebut, namun sayangnya masih sangat sedikit kajian yang memperdalam mengenai *brand community*. Di dalam dunia akademisi justru lebih banyak ditemui kajian *brand community* pada perusahaan bisnis atau sosial umum, misal *brand community* Harley Davidson, mobil, klub sepeda, vespa, dan lain-lain.
2. Bagi Paguyuban Lansia Qoryah Thayyibah Cabang Aisyiyah Bulak, dengan hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan gambaran strategi pengelolaan nilai ke depan, misal berpijak pada respon stakeholder bisa menjadi hambatan atau peluang agar bisa dikaji strategi yang sesuai.

Dari pemaparan penelitian terdahulu, penelitian yang ditemui tentang pembinaan lansia lebih fokus ke aspek kesejahteraannya, bukan di aspek penanaman nilai Islaminya. Di sisi lain, penelitian *brand community* di dunia dakwah Islam juga belum ditemui. Ilmu *Brand Community* dikembangkan di dunia bisnis sehingga penelitian yang banyak membahas itu berfokus masalah pembentukan komunitas produk bisnis, misal Harley Davidson, komunitas motor, dll. Dalam dunia dakwah juga perlu adanya manajemen pemasaran yang lebih jitu dalam menangkap pasar, maka kali ini penulis ingin meneliti hal yang baru yakni membangun nilai dalam *brand community* di Paguyuban Lansia Qoryah Thayyibah di Kecamatan Bulak.

Qoryah Thayyibah Aisiyyah juga sudah diangkat menjadi kajian tesis, namun temanya tentang pemberdayaan perempuan di Sidoarjo. Tesis ini berjudul “Aisiyyah dan Ekonomi Kreatif: Usaha Pemberdayaan Perempuan melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten

[illegible]

